



图片来源：乐客VR

在其举办的发布会上，乐客VR创始人何文艺称，今年乐客还提出了“天网+地网”计划。天网即让乐客总部负责运营和投资，门店来享受客流福利；地网则是通过乐客平台——中央结算系统，实现城市一卡通用，更好的服务消费者。同时，他预计到2023年底乐客VR线下体验店有望突破1000家。

从2015年成立至今，乐客VR致力于推动“科技+娱乐”产业的深度融合。2019年，乐客开启了品牌化之路，将核心业务由解决方案出售调整为品牌联营，涵盖软件开发、门店选址、后期维护等全链条运营。“乐客会收取联营门店营收的15%。”何文艺对DoNews表示，因为该部分属于内容分层，乐客收到该款项后，还要给上游的内容方分层，去购买内容版权。”

据了解，乐客VR旗下连锁VR体验店LEKEVR科技娱乐空间，两年内开店数量超400家。联营模式下乐客联营合伙人超40位，开店最多的一位合伙人投资了超过30家LEKEVR体验店。在疫情期间，LEKEVR依然保持高达93%的门店存活率，二店率更是高达76%。门店会员消费占比达70%，重复充值率达42%，复购率极高。

01.

联营模式降低风险

元宇宙概念兴起以来，VR成为敲开虚拟世界大门的钥匙，得到了资本的青睐。

据中商产业研究院数据统计，2017年至2021年VR/AR行业投资金额从55.60亿元大幅增加至109.36亿元。2022年上半年投资事件56起，同比增加55.56%。

不过，近一年来，VR/AR产业却有“退潮”的迹象，而线下开店模式又是重资产运营，如果快速拓店，要如何降低风险呢？这无疑也是联营合伙人会考虑的问题。

“帮助联营商、合伙人持续发展、持续更新、持续盈利的VR平台公司”是乐客VR的核心经营理念。据介绍，前期合伙人进行线下布局时，乐客除提供包括技术、内容等层面的支持外，还设置了一系列政策以降低联营商风险。

门店开设前期，任何一家门店都必须经过乐客内部的SaaS大数据选址系统评估，算出相应的盈亏比、回本时间，达到标准才能开店。在VR设备上，乐客VR按照设备生产成本给到联营门店，如果联营门店在三个月内业绩不佳，联营商有权选择令乐客VR以8折回购所有的VR硬件设备，这就极大地降低了联营合伙人开店的成本与风险。

那资金的压力会不会就又给到乐客VR呢？